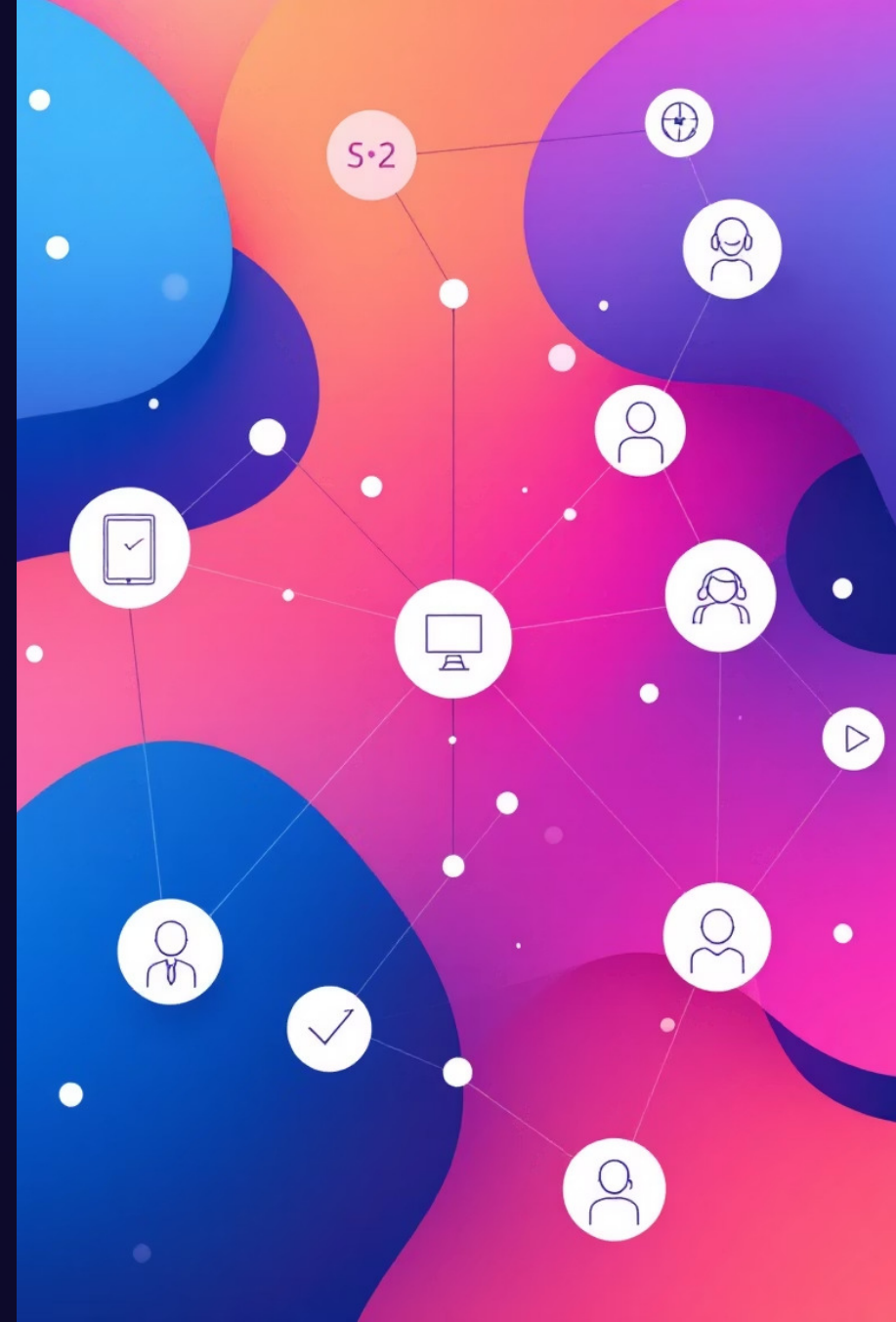


RevOps

Pelkkä muotisana vai menestyksen avain?

Asiakaspolku kuntoon, tulos ylös!





Onko tuttu tunne?



Myynti, markkinointi ja asiakaspalvelu puhuvat **eri kieltä**?



Asiakaspolku **katkeilee** osastojen välillä?



Tieto **katoaa** siilojen sisään?



Asiakkuudesta ei saada **yhtä selkeää näkymää**?



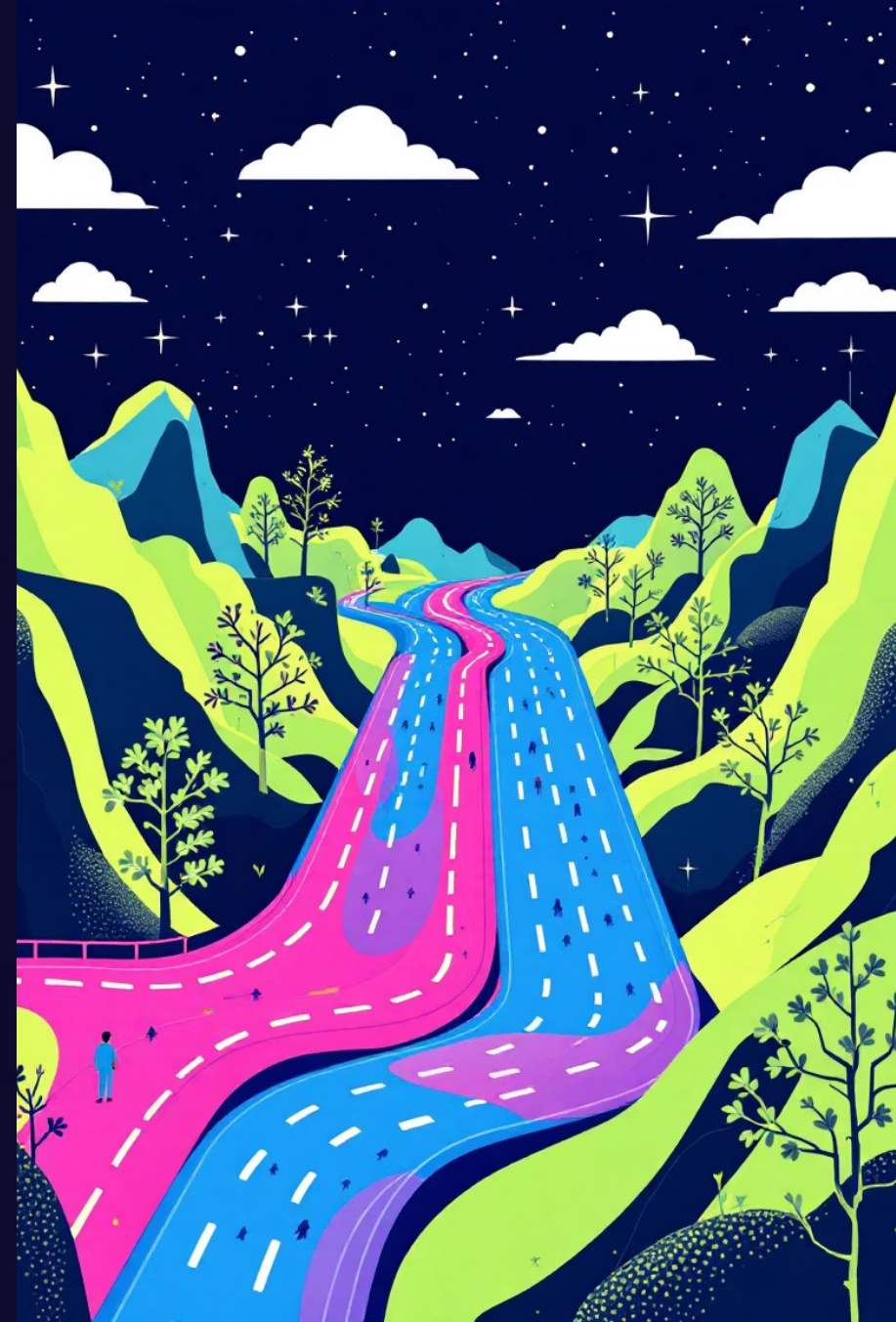
Lupaus:

Tänään näytän, miten RevOps tekee asiakaskokemuksesta saumattoman ja **nostaa markkinoinnin kasvun moottoriksi!**

Mikä RevOps on?

Yhtenäinen strategia, ei muotisana

RevOps on **ajattelutapa** ja **toimintamalli**, joka yhdistää myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun toiminnan, järjestelmät ja datan yhdeksi kokonaisuudeksi. Sen tavoitteena on **poistaa siilot** ja luoda **saumaton asiakaskokemus**.



Vanha malli vs. RevOps

Vanha malli: Siilot

Jokaisella osastolla omat tavoitteet ja järjestelmät. Tiedonkulku hidasta ja katkonaisesta.



Uusi malli: Yhtenäinen putki

Saumaton asiakaspolku ja datan virtaus. Yhteiset tavoitteet ja optimoidut prosessit.



RevOps Käytännössä: Kolme Päähyötyä

1

Asiakaspolun saumattomuus

Tieto kulkee vaivattomasti läpi koko asiakaspolun.

2

Tehokkuus ja Nopeus

Sisäisten prosessien optimointi ja ajansäästö.

3

Parempi Data ja Ennustettavuus

Yhtenäinen data mahdollistaa paremmat päätökset ja ROI:n laskennan.

Asiakaspolun Saumattomuus



Esimerkki: Kun asiakas tekee verkkosivulla pyynnön, myyjä näkee heti sen historian.



Esimerkki: Asiakaspalvelu tietää, mitä on myyty, ilman erillisiä kyselyitä.



Tulos: Asiakkaat kokevat, että heidät tunnetaan ja heidän tarpeensa ymmärretään.

Tehokkuus ja Nopeus

Ei enää hukattua aikaa: Tiedon etsiminen eri järjestelmistä poistuu.

Ei enää toistuvia kyselyitä: Asiakkaan tietoja ei pyydetä uudestaan ja uudestaan.

Tulos: Tiimit voivat keskittyä asiakkaan auttamiseen, ei tiedonhakuun.

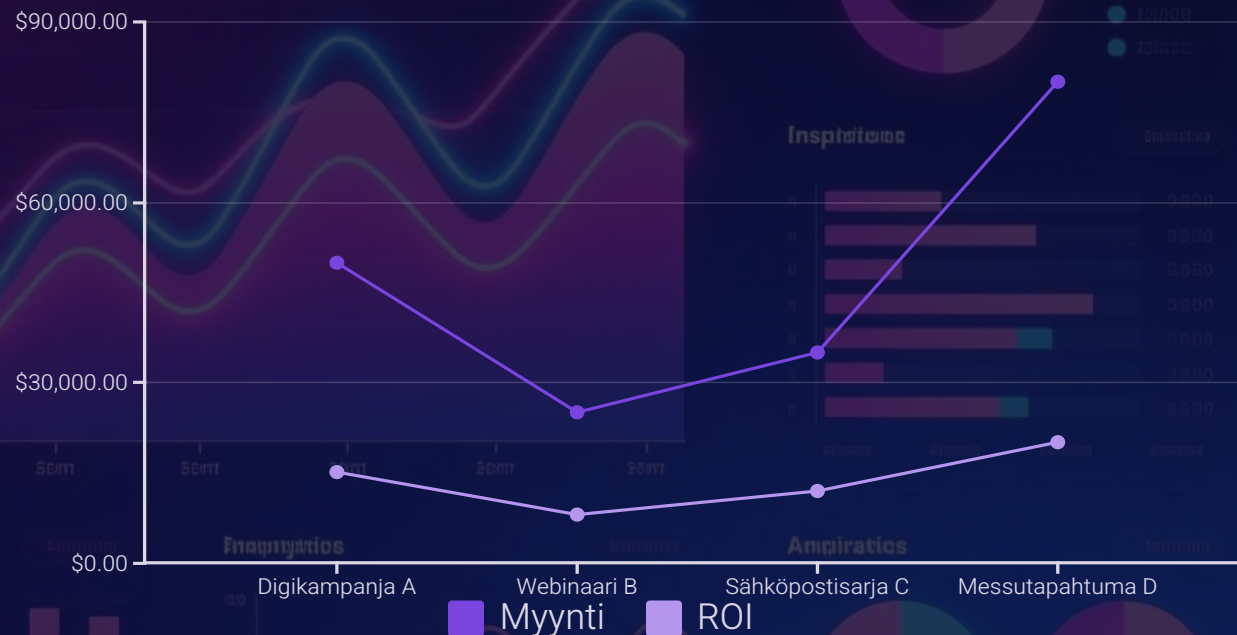


Parempi Data ja Ennustettavuus

Kaikki data **samassa paikassa**.

Ymmärrä mikä **markkinointi** johti **myyntiin**.

Laske **todellinen ROI** ja ennusta **tulevaa kasvua**.



RevOps: Ei vain teknologiaa!



Yhtenäisempi Organisaatio

Tiimit työskentelevät yhdessä yhteisten tavoitteiden eteen.



Parempi Asiakaskokemus

Saumaton matka myynnistä palveluun ja kasvuun.



Ennustettavampi Kasvu

Datapohjaiset päätökset ohjaavat tulevaisuutta.

RevOps on tapa ajatella ja toimia.



RevOpsin kääntöpuoli



Paljastaa ongelmat

RevOps paljastaa toimimattomat prosessit ja johtamisongelmat, mutta ei itsessään korjaa niitä.



Robotisoitu kokemus

Liiallinen datan optimointi voi unohtaa inhimillisen tekijän ja asiakkaan yksilölliset tarpeet.



Vanhaa uusiokäytettynä?

RevOpsin perusideat ovat vanhoja. Onko se aito muutos vai vain trendikäs termi?



RevOps Markkinoijan Arjessa: 5 Esimerkkiä



Liidien läpinäkyvyys

Markkinointi näkee liidien tilanteen myynnissä reaaliaikaisesti (SLA, pisteytys), ja kampanjoiden ROI on tarkasti mitattavissa.



Räätälöity jatkoviestintä

Myyjän CRM-kirjaukset laukaisevat automatisoidun viestinnän asiakkaalle. Markkinointi tukee myyntiä sisällöllä ilman manuaalista työtä.



Asiakaspolun kokonaiskuva

Markkinointi näkee yhdestä dashboardista asiakkaan koko matkan (ensikontaktista palveluun), mikä mahdollistaa tuotto-optimoinnin.



Systemaattinen suosittelumalli

Asiakaspalvelun positiivinen palaute käynnistää automaation suosittelupyynnölle. Suosittelijat ja uudet liidit käsitellään järjestelmällisesti.



Yhteiset tavoitteet ja palkitseminen

Kaikkien tiimien mittarit perustuvat yhteiseen liikevaihtoon, kannustaen tiimejä työskentelemään yhdessä kohti kasvua ja poistaen siloutunutta ajattelua.

Marketing

Sales



RevOps ja markkinoijan tulevaisuus

RevOps nostaa markkinoijan strategiseen asemaan.



Osana kokonaiskasvua

Markkinointi sidotaan liikevaihto- ja asiakastavoitteisiin.



Uudet urapolut

RevOps luo strategisia urapolkuja ja kehittää osaamista analytiikassa.



Data ja teknologia hyötykäyttöön

RevOps vapauttaa markkinoinnin luovaan työhön.



Mistä aloittaa?

1

Piirrä auki **asiakkaan polku**

2

Mieti suurin **kipupiste** asiakkaan matkalla ensikontaktista asiakkaaksi

3

Pieni askel voi olla **iso harppaus** kohti parempia tuloksia.



Kiitos!

Jens Sundell

Kaksio Labs

Yhdessä kohti tuottavampaa tulevaisuutta!